CASH
Suplemento económico de
Página/12
Domingo 23 de mayo de 1993 - Año 4 - Nº 161

POLITICA FISCAL

por Juan J. Llach

Pág. 5

Gustavo Saiegh

Sólo el 28 por ciento de los usuarios no está de acuerdo con las privatizaciones.

La mitad considera que fueron mal hechas.

Siete de cada diez creen que el servicio está igual o peor.

Alejandro Guerrero

ENCUESTA EXCLUSIVA

PRIVATIZACIONES A EXAMEN

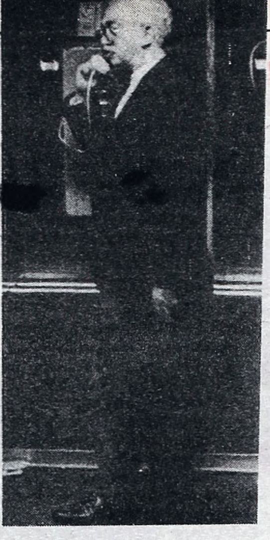
La mayoría no pierde las esperanzas y confía en que van a mejorar a mediano plazo.



RIVATIZACIONES

¿ESTA DE ACUERDO CON LAS PRIVATIZACIONES?

	Area Metropol.
De acuerdo	46,2
Más o menos de acuerdo	24,1
En desacuerdo	28,0
No sabe/ No contesta	2,8



¿APRUEBA EL MODO EN QUE SE HICIERON?

	Teléfono	Gas	Luz	Trans. Aéreo	Agua	FF.CC.
Sí	27,2	28,9	29,0	15,8	25,5	24,4
Más o menos	19,7	17,6	18,9	10,6	15,5	12,1
No	43,7	34,7	38,5	60,3	35,6	50,5
No sabe/ No cont.	9,4	18,7	13,7	13,2	23,5	13,0

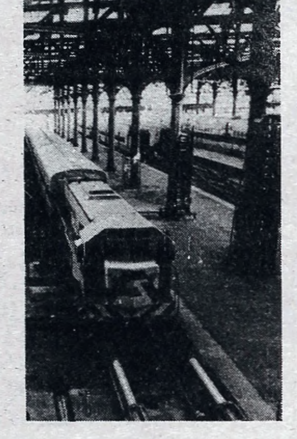


¿COMO VE LOS SERVICIOS PRIVATIZADOS?

	Teléfono	Luz	Gas
Mejoró	27,7	14,3	11,7
Sigue igual	48,8	69,8	78,1
Empeoró	20,9	14,0	7,1
No sabe/ No contesta	2,5	1,9	3,1

¿COMO FUNCIONARAN EN EL FUTURO LOS SERVICIOS PRIVATIZADOS?

	Teléfono	Luz	Gas
Mejorará	60,6	51,1	51,1
Seguirá igual	18,9	24,9	25,5
Empeorará	7,6	8,3	8,1
No sabe/ No contesta	12,9	15,7	15,4



(Por Raúl Kollmann) Una mezcla de crítica, desencanto y expectativa resume hoy la actitud de la población ante los servicios privatizados. La gente respalda —con menor euforia— el traspaso de las empresas estatales a manos privadas, considera que todo el proceso estuvo viciado de corrupción e ineficiencia, no ve grandes avances en la calidad de los servicios, pero es fuertemente optimista: piensa que hay que dar más tiempo a las empresas y que las cosas van a mejorar.

Las conclusiones surgen de un profundo trabajo —la primera evaluación realizada en el país de los servicios privatizados—, llevado a cabo por la empresa SOFRES— IBOPE, que reúne en la Argentina a una de las consultoras más grandes de Europa, la francesa SOFRES, con la de mayor evergadura en América Latina, la brasileña IBOPE. La conducción de la investigación estuvo a cargo del sociólogo Esteban Lijalad y se encuestaron 1200 personas —en todos los casos usuarios de servicios privatizados— en Capital Federal y el Gran Buenos Aires.

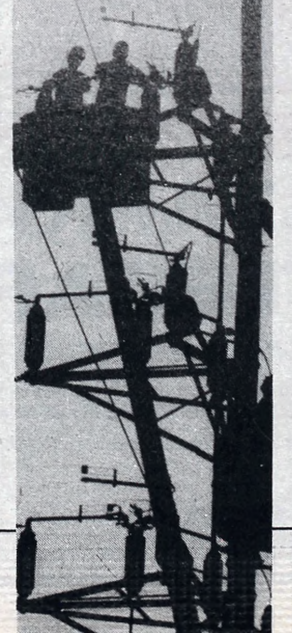
La política de privatizaciones sigue teniendo respaldo en la población (ver cuadro 1), pero las cifras muestran que el apoyo no es muy contundente, y la distancia entre los que están a favor y los que se oponen a las privatizaciones se ha estrechado notablemente en los últimos dos años. Enrique Zuleta Puceiro, presidente de SOFRES-IBOPE, señala que ''las privatizaciones han dejado de verse como una solución al problema del déficit del sector público. Hoy están ligadas casi exclusivamente a la cuestión de la eficiencia del servicio, es decir a las necesidades cotidianas y concretas''.

Esta reducción en la euforia respecto de la política global de privatizaciones también se verifica en el cuadro que resume los argumentos positivos y negativos, comparando la opinión de 1990 con la de 1993. En estos tres años las razones positivas de las privatizaciones han bajado y las negativas han aumentado. Un dato adicional, recientemente señalado por varios estudios, es que la baja en el respaldo a la política global de privatizaciones también responde a un desencanto: al principio del proceso se aseguró que con el traspaso de las empresas a manos privadas el Estado estaría en condiciones de mejorar la salud, la educación y la situación de los jubilados. Hasta el momento, la población no percibe tal beneficio y, como señala Zuleta, todo se remite a la evaluación y expectativa respecto del funcionamiento concreto de los servicios.

El estudio de SOFRES-IBOPE también muestra las críticas a la forma en la que se hicieron las privatizaciones. El mayor nivel de desacuerdo se presenta en el traspaso del transporte aereo (sólo un 15 por ciento lo evalúa como bien hecho) y en los ferrocarriles. ''La gente es crítica —señala Zuleta— a la ausencia de *fair-play*, procedimientos legales y defensa de los intereses del país. Hubo fuertes acusaciones de corrupción. También las dificultades actuales en algunos servicios son evaluados como un problema que tiene como origen a la privatización''. Lo notable del cuadro sobre el modo en que fue hecho el traspaso es que, en absolutamente todos los casos, los que dicen que el proceso se realizó mal superan largamente a los que dicen que estuvo bien. Para ello, la gente se ha quedado con numerosas imágenes que van en ese sentido: ''Iberia no invirtió un peso en Aerolineas'', ''cerraron los ramales ferroviarios sin importarles la gente'', ''la privatización de los teléfonos fue un negociado de María Julia Alsogaray'', ''los líos actuales con las empresas de energía tienen que ver con los pliegos''.

En la evaluación de los servicios la sensación generalizada es que las cosas siguen igual (ver cuadro). Son muy pocos los que perciben una mejora y el porcentaje es casi igual al de los que opinan que las prestaciones han empeorado. Tomado desde el punto de vista de la satisfacción, la conformidad mayor está en los servicios de luz y gas que no han sufrido cortes de relevancia en el período previo a la realización de la encuesta (principios de mayo), y los niveles de satisfacción por el servicio telefónico siguen siendo los habituales. Globalmente, puede calificarse la situación de *regular*, no hay sensación de mejora aunque tampoco se verifican grandes quejas por el funcionamiento, por las tarifas (sólo hay reclamo por el alto costo del teléfono) y por la atención a los clientes.

La expectativa respecto de los servicios privatizados es alta. Más de la mitad de los usuarios sostiene que las prestaciones van a mejorar y el optimismo es mayor justamente en el servicio más críticamente evaluado, el teléfono. La política de comunicación de Telecom y Telefónica, y sobre todo la percepción de que se están realizando obras, alientan las esperanzas de los usuarios. Zuleta señala que ''hay una expectativa de resolución de fondo de los problemas que tienen actualmente los servicios. Es cierto que esa expectativa también se ha desacelerado un poco pero es evidente que hay un crédito grande





¿CUANTO TIEMPO HACE FALTA PARA QUE MEJOREN?

	Teléfono	Gas	Luz	Trans. Aéreo	Agua	FF.CC.
Menos de 6 meses	4,6	5,6	4,7	3,3	4,2	3,0
De 6 meses a 1 año	13,0	11,3	10,3	7,9	8,5	7,1
De 2 a 5 años	35,5	33,2	35,1	31,8	33,9	31,0
Más de 5 años	21,5	22,1	24,4	27,2	24,8	31,8
No sabe/ No cont.	25,3	27,8	25,5	29,9	28,6	27,2

PAPEL DEL ESTADO

El Estado debería...	De acuerdo	En desacuerdo	No sabe	No contesta
Establecer las reglamentaciones y leyes a las que se tienen que atener los responsables de los servicios	78,2	13,5	6,5	1,8
Ejercer una vigilancia o poder de policía general y permanente para velar por la prestación eficiente del servicio	74,7	18,9	4,3	2,1
Dejar las actividades privatizadas a la entera responsabilidad de sus nuevos titulares tratando de intervenir lo menos posible	14,5	75,8	7,2	2,5

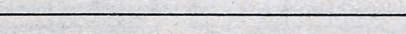
¿CUALES SON LAS PRIORIDADES?

	Total área metropol.
Reequipamiento	22,6
Reparación de la infraestructura existente	22,6
Mejora en la atención a los clientes	14,7
Reorganización económica de las empresas	15,9
Mayor presencia de marcos regulatorios estatales	10,5
Mejorar la composición accionaria de las empresas	8,4
No sabe/ No contesta	5,2



COMPARACION 1990-1993

	Estudio de 1990	Estudio de 1993	Diferencia 93-90
Argumentos positivos			
Permiten incorporar la tecnología más moderna	73,9	57,2	-16,7
Mejoran la eficiencia del personal	59,5	40,2	-19,3
Eliminan la causa del déficit estatal	50,6	25,1	-25,5
Argumentos negativos			
Suponen el despido o retiro anticipado de muchos empleados	55,6	77,3	21,7
Dejan librado a criterio de los empresarios decisiones que afectan a toda la comunidad	47,7	68,5	20,8
No garantizan la cobertura en zonas alejadas o de baja rentabilidad	49,3	50,5	1,2



SATISFACCION CON EL SERVICIO

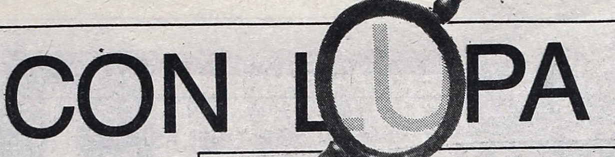
	Teléfono	Luz	Gas
Muy satisfecho	7,3	4,5	6,6
Satisfecho	40,1	60,3	68,4
Más o menos satisfecho	17,3	15,6	13,0
Poco satisfecho	14,8	10,4	6,6
Nada satisfecho	20,4	8,8	4,2
No sabe/ No cont.	0,1	0,4	1,2

a favor de las nuevas empresas. Los operadores de los servicios deberán trabajar a marcha forzada en la introducción de programas de management, sistemas de administración automática y otras variantes que den respuesta casi inmediata a las demandas de los consumidores".

Este crédito a las empresas también se verifica cuando se pregunta a los usuarios cuánto tiempo requerirán las mejoras: la mayoría habla de más de dos años. "Hay un margen de comprensión porque los problemas se perciben como estructurales", concluye Zuleta.

Otros dos temas aparecen nítidamente en el estudio: el Estado no debe retirarse de la función de dictar las reglas de juego ni de la tarea de controlar que esas reglas se cumplan. Sólo un 15 por ciento de los usuarios sostienen que el Estado debe intervenir lo menos posible, y en cambio 8 de cada 10 personas creen que debe establecer las reglamentaciones y ejercer el poder de policía para velar por la prestación eficiente del servicio. En este último aspecto, el estudio también demuestra que la gente respalda plenamente la participación de instituciones y determinados grupos sociales en el control de los servicios: asociaciones de usuarios, organizaciones de consumidores, el Ministerio de Economía, el Congreso, entes reguladores específicos creados por cada sector. Sólo los sindicatos son rechazados como institución de control. "Hay una nueva cultura de los consumidores —sostiene Zuleta—, dispuestos a observar con paciencia la reestructuración, pero al mismo tiempo exigentes en cuanto a la atención a sus reclamos y la vigencia de sus derechos. Los usuarios ya no son espectadores".





CON LUPA

Por Osvaldo Siciliani



Con el telón de fondo de una implacable caída en sus ventas (ver gráfico), la textil Sedalana profundizó el camino de una drástica reorganización de su tradicional esquema operativo. La empresa volvió a dar pérdidas el año pasado, y ello a pesar del alivio que le deparó una disminución sustancial de sus cargas financieras.

De esta manera, diversas medidas vienen siendo ensayadas por el directorio a fin de adaptar el perfil comercial a las nuevas condiciones del mercado, salvando a un mismo tiempo su patrimonio empresario. Al promediar el año pasado, la firma retuvo en funcionamiento el sector de hilandería pero se desprendió de sus telares, equipos para urdido y encolado. Esta maquinaria fue aportada por Sedalana para engrosar el capital de SATEMU S.A., obteniendo a cambio de ese aporte un 44 por ciento de participación en el capital. Con este operativo se pretendió que el sector tejeduría de Sedalana continuara pero de manera independiente del resto. Para ello, Sedalana cedió también a SATEMU en comodato por dos años el edificio donde funcionan las máquinas. Pero quizá lo más importante de estos cambios radique en que el desguace de Sedalana implicó la reasignación de una parte de su viejo personal bajo el patronazgo de una razón social diferente.

Una gran parte de las pérdidas de 1992 se originaron en sus dos empresas afiliadas, Polysur y Cofia. Echando lastre en condiciones de apriete financiero, Cofia debió desprenderse a principios de este año de una propiedad inmueble no afectada a la producción. Con el mismo objetivo, Sedalana alquiló por tres años a otra firma una parte del terreno adyacente a sus propias instalaciones industriales.

A fines de marzo pasado, el directorio decidió paralizar las actividades en el sector de hilandería —que venía trabajando ''à façon''— con fundamentos en el quebranto que arrojaba dicha actividad. La medida implicó el despido de 97 trabajadores, lo que significa la casi totalidad del personal ocupado en el sector. Funcionarios de la empresa manifestaron en la oportunidad que se buscaría un nuevo destino en otra región del país para el parque de maquinarias localizadas en Munro y ahora en desuso.

Por este camino, los empresarios están ejerciendo derechos legales a fin de rescatar el valor de su capital. Desde el interés de la comunidad, sin embargo, no se generaron iniciativas comparables a fin de proteger el valor económico de la fuerza de trabajo marginada por la reestructuración industrial.

EN EL BOLSILLO



Caliente, caliente

El debate entre quienes prefieren un calefón y los que defienden a los termotanques puede no tener fin. A la hora de comprarlos, hay un detalle fundamental: los primeros son más baratos. Eso sí, para no quemarse, hay que comparar mucho los precios, porque las diferencias son como para calentarse.

El calefón Orbis de 15 litros cuesta 320 pesos de contado o doce cuotas de 33 dólares en Sergio Pons (Roque Sáenz Peña 950) y 280 pesos o seis cuotas de 54 dólares en Ozores (Uruguay 562). De la misma marca, pero con doce litros de capacidad, apto para casas más chicas, se puede conseguir un calefón por 210 pesos en Ozores o seis cuotas de 40 dólares. En Baltaian (Callao 335), en cambio, hay que pagarlo 236 pesos.

En Sergio Pons venden el calefón Universal de 14 litros por 230 pesos o doce cuotas de 24 dólares. En Baltaian es un poco más barato: 210 pesos. Allí ofrecen el mismo artefacto, pero con 12 litros de capacidad, a 200 pesos redondos.

En cuanto a los termotanques, los Rheem de 85 litros se venden en 330 pesos o seis cuotas de 69 dólares en Kanatú (Uruguay 324). En Ozores sale 20 pesos menos y la financiación es más barata: 310 pesos de contado o seis cuotas de 59 dólares. Justo en el medio está Baltaian: lo venden a 315 de contado.

También Rheem, pero de 120 litros, cuesta 380 pesos de contado o 12 cuotas de 39 dólares en Sergio Pons. Es algo más barato en Garbarino (Uruguay 552): 356 pesos de contado o seis cuotas de 70 dólares.

El Longvie de 110 litros cuesta 312 pesos en Baltaian. En el mismo local, el modelo de 150 litros cuesta 345 pesos.

ESTACIONAR EN EL CENTRO
(en pesos, por hora)

	Nov. '92	Mayo '93	Variación (en %)
Ficha de parquímetro	0,95	0,95	0,0
Rivadavia 631 (c)	2,50	3,00	20,0
Rivadavia 690 (d)	2,60	3,00	15,4
Sarmiento 1358 (c)	2,50	2,75	10,0
Corrientes 1158 (d)	2,30	2,50	8,7
Sarmiento 1265 (d)	1,50	1,80	20,0
Sarmiento 1245 (c)	2,00	2,00	0,0
Sarmiento 1215 (d)	2,00	2,50	25,0
Perón 1144 (d)	2,00	2,00	0,0
Lavalle 1153 (c)	2,00	2,50	25,0
Cerrito 176 (d)	2,00	2,00	0,0
Est. Munic. 9 de Julio (d)	1,20	1,20	0,0

(c) cubierta
(d) descubierta

COMERCIO



BATAL
EL SH

(Por Gerardo Yomal) Algunos ya están en pie de guerra: piden cambios de condiciones, están muy atrasados en el pago del alquiler y hasta en algún shopping se esbozó un movimiento de resistencia que pretende agrupar a los locatarios en una postura común que permita renegociar más favorablemente los contratos. Aunque cada shopping y cada comercio tiene sus propias características, un relevamiento de este diario confirmó que diferentes empresas asentadas en algunos de los principales shoppings de la Capital no estarían obteniendo una mínima y razonable rentabilidad. Existen casos de conocidas marcas que facturan 200 mil dólares mensuales y, sin embargo, sus ganancias se esfuman con el pago del alquiler, las expensas, el porcentaje para el shopping, los fondos publicitarios, etcétera.

''Nosotros tenemos locales en los shoppings desde el mismo momento de la fundación de Unicenter y de Alto Palermo, ya que nos parecía tentador para el consumidor acceder a un lugar que le brinda comodidad, seguridad y toda la oferta concentrada. Pero la verdad es que la ecuación financiera no nos resulta favorable y, si en este momento se vencieran los contratos y no nos ofrecieran condiciones más razonables, nos iríamos de los shoppings'', declaró Ricardo Yagmourian, titular de Yagmour, una coñocida empresa de indumentaria con 21 años de antigüedad en el mercado. ''Los shoppings tienen en este momento un costo que es imposible de pagar (ver recuadro) por los alquileres y las expensas. Las mismas personas que generaron este negocio lo están destruyendo, ya que quieren amortizar la inversión realizada en muy poco tiempo, aún a costa de destruir al locatario. Creo que ellos deberían entender que, en el mundo, los shoppings son instrumentos útiles para los inversores, pero para obtener una rentabilidad lógica y a lo largo de varios años. De seguir así, el negocio de los shoppings va a a desaparecer. En nuestro caso —agrega Yagmourian—, esta situación se ve agudizada por el bajo margen de utilidad y el gran volumen de ventas. El sistema es tan perverso que, por ejemplo, en el caso de Unicenter, tenemos un compromiso de porcentaje sobre las ventas. Y cuanto más vendemos, más se nos complica la situación.''

Siguiendo este razonamiento, un comerciante del shopping Paseo Alcorta se desnudó ante CASH: ''Las expectativas fueron defraudadas. Algunos negocios funcionan como meros recaudadores: después de pagar los alquileres, los sueldos y los impuestos, o perdemos plata o salimos a mano. No por nada ya hay muchos que deben varios meses de alquiler. Seguramente dentro de poco se notará una gran rotación de negocios''.

Cuando se crearon los primeros shoppings en 1986, la idea primigenia era que con un menor costo operativo los locatarios accedieran a una gran concentración comercial. ''La concentración se logró —afirma Jorge Ginevra directivo de Aranalfe S.A., inmobiliaria que promovió y se especializó en el negocio de los shoppings—, pero los costos operativos se elevaron. Las expensas son carísimas, la comisión para el shopping es de 7 por ciento para gastronomía y 10 por ciento para indumentaria, después hay que pagar los refuerzos publicitarios. Así que el 80 por ciento de las ganancias se las lleva el shopping. Por eso los próximos que surjan tendrán otra forma contractual y deberán adaptarse a la realidad. Hoy el negocio está desfigurado.''

Más prudente, Víctor Naymark, presidente de la Cámara del Confort y del Comercio en Artefactos para el Hogar opinó que ''en algunos casos es dificultosa la permanencia en los shoppings. Hay gente que ya se dio por vencida. Igualmente hay una rotación permanente: unos se van y otros vienen''.

La otra cara de la moneda

Tiene tres años de antigüedad y aparece como el más exitoso. Según Alicia Moszkowski, gerente de marketing de Alto Palermo, hay más de 200 firmas que están a la espera de un local o de una góndola. ''La mayoría quiere renovar sus contratos y están contentosl con su performance de ventas. Aunque para la opinión pública la economía este año pinta-

CON LUPA

Por Osvaldo Siciliani

SEDALANA S.A.

SEDALANA SE REESTRUCTURA
Para salvar el capital
MILLONES DE PESOS
1989 1990 1991 1992
VENTAS MENSUALES
Fuente: Sedalana S.A.

Con el telón de fondo de una implacable caída en sus ventas (ver gráfico), la textil Sedalana profundizó el camino de una drástica reorganización de su tradicional esquema operativo. La empresa volvió a dar pérdidas el año pasado, y ello a pesar del alivio que le deparó una disminución sustancial de sus cargas financieras.

De esta manera, diversas medidas vienen siendo ensayadas por el directorio a fin de adaptar el perfil comercial a las nuevas condiciones del mercado, salvando a un mismo tiempo su patrimonio empresario. Al promediar el año pasado, la firma retuvo en funcionamiento el sector de hilandería pero se desprendió de sus telares, equipos para urdido y encolado. Esta maquinaria fue aportada por Sedalana para engrosar el capital de SATEMU S.A., obteniendo a cambio de ese aporte un 44 por ciento de participación en el capital. Con este operativo se pretendió que el sector tejeduría de Sedalana continuara pero de manera independiente del resto. Para ello, Sedalana cedió también a SATEMU en comodato por dos años el edificio donde funcionan las máquinas. Pero quizá lo más importante de estos cambios radique en que el desguace de Sedalana implicó la reasignación de una parte de su viejo personal bajo el patronazgo de una razón social diferente.

Una gran parte de las pérdidas de 1992 se originaron en sus dos empresas afiliadas, Polysur y Cofia. Echando lastre en condiciones de apriete financiero, Cofia debió desprenderse a principios de este año de una propiedad inmueble no afectada a la producción. Con el mismo objetivo, Sedalana alquiló por tres años a otra firma una parte del terreno adyacente a sus propias instalaciones industriales.

A fines de marzo pasado, el directorio decidió paralizar las actividades en el sector de hilandería —que venía trabajando "à façon"— con fundamentos en el quebranto que arrojaba dicha actividad. La medida implicó el despido de 97 trabajadores, lo que significa la casi totalidad del personal ocupado en el sector. Funcionarios de la empresa manifestaron en la oportunidad que se buscaría un nuevo destino en otra región del país para el parque de maquinarias localizadas en Munro y ahora en desuso.

Por este camino, los empresarios están ejerciendo derechos legales a fin de rescatar el valor de su capital. Desde el interés de la comunidad, sin embargo, no se generaron iniciativas comparables a fin de proteger el valor económico de la fuerza de trabajo marginada por la reestructuración industrial.

EN EL BOLSILLO



Caliente, caliente

El debate entre quienes prefieren un calefón y los que defienden a los termotanques puede no tener fin. A la hora de comprarlos, hay un detalle fundamental: los primeros son más baratos. Eso sí, para no quemarse, hay que comparar mucho los precios, porque las diferencias son como para calentarse.

El calefón Orbis de 15 litros cuesta 320 pesos de contado o doce cuotas de 33 dólares en Sergio Pons (Roque Sáenz Peña 950) y 280 pesos o seis cuotas de 54 dólares en Ozores (Uruguay 562). De la misma marca, pero con doce litros de capacidad, apto para casas más chicas, se puede conseguir un calefón por 210 pesos en Ozores o seis cuotas de 40 dólares. En Baltaian (Callao 335), en cambio, hay que pagarlo 236 pesos.

En Sergio Pons venden el calefón Universal de 14 litros por 230 pesos o doce cuotas de 24 dólares. En Baltaian es un poco más barato: 210 pesos. Allí ofrecen el mismo artefacto, pero con 12 litros de capacidad, a 200 pesos redondos.

En cuanto a los termotanques, los Rheem de 85 litros se venden en 330 pesos o seis cuotas de 69 dólares en Kanatú (Uruguay 324). En Ozores sale 20 pesos menos y la financiación es más barata: 310 pesos de contado o seis cuotas de 59 dólares. Justo en el medio está Baltaian: lo venden a 315 de contado.

También Rheem, pero de 120 litros, cuesta 380 pesos de contado o 12 cuotas de 39 dólares en Sergio Pons. Es algo más barato en Garbarino (Uruguay 552): 356 pesos de contado o seis cuotas de 70 dólares.

El Longvie de 110 litros cuesta 312 pesos en Baltaian. En el mismo local, el modelo de 150 litros cuesta 345 pesos.

ESTACIONAR EN EL CENTRO
(en pesos, por hora)

	Nov. '92	Mayo '93	Variación (en %)
Ficha de parquímetro	0,95	0,95	0,0
Rivadavia 631 (c)	2,50	3,00	20,0
Rivadavia 690 (d)	2,60	3,00	15,4
Sarmiento 1358 (c)	2,50	2,75	10,0
Corrientes 1158 (d)	2,30	2,50	8,7
Sarmiento 1265 (d)	1,50	1,80	20,0
Sarmiento 1245 (c)	2,00	2,00	0,0
Sarmiento 1215 (d)	2,00	2,50	25,0
Perón 1144 (d)	2,00	2,00	0,0
Lavalle 1153 (c)	2,00	2,50	25,0
Cerrito 176 (d)	2,00	2,00	0,0
Est. Munic. 9 de Julio (d)	1,20	1,20	0,0

(c) cubierta
(d) descubierta

COMERCIO

BATALLA EN EL SHOPPING

Los locatarios de los shoppings se quejan de los elevados valores de alquileres y comisiones. Los dueños responden que la protesta no es generalizada. Lo que se observa es una enorme rotación en los locales.

(Por Gerardo Yomal) Algunos ya están en pie de guerra: piden cambios de condiciones, están muy atrasados en el pago del alquiler y hasta en algún shopping se esbozó un movimiento de resistencia que pretende agrupar a los locatarios en una postura común que permita renegociar más favorablemente los contratos. Aunque cada shopping y cada comercio tiene sus propias características, un relevamiento de este diario confirmó que diferentes empresas asentadas en algunos de los principales shoppings de la Capital no estarían obteniendo una mínima y razonable rentabilidad. Existen casos de conocidas marcas que facturan 200 mil dólares mensuales y, sin embargo, sus ganancias se esfuman con el pago del alquiler, las expensas, el porcentaje para el shopping, los fondos publicitarios, etcétera.

"Nosotros tenemos locales en los shoppings desde el mismo momento de la fundación de Unicenter y de Alto Palermo, ya que nos parecía tentador para el consumidor acceder a un lugar que le brinda comodidad, seguridad y toda la oferta concentrada. Pero la verdad es que la ecuación financiera no nos resulta favorable y, si en este momento se vencieran los contratos y no nos ofrecieran condiciones más razonables, nos iríamos de los shoppings", declaró Ricardo Yagmourian, titular de Yagmour, una conocida empresa de indumentaria con 21 años de antigüedad en el mercado. "Los shoppings tienen en este momento un costo que es imposible de pagar (ver recuadro) por los alquileres y las expensas. Las mismas personas que generaron este negocio lo están destruyendo, ya que quieren amortizar la inversión realizada en muy poco tiempo, aún a costa de destruir al locatario. Creo que ellos deberían entender que, en el mundo, los shoppings son instrumentos útiles para los inversores, pero para obtener una rentabilidad lógica y a lo largo de varios años. De seguir así, el negocio de los shoppings va a a desaparecer. En nuestro caso —agrega Yagmourian—, esta situación se ve agudizada por el bajo margen de utilidad y el gran volumen de ventas. El sistema es tan perverso que, por ejemplo, en el caso de Unicenter, tenemos un compromiso de porcentaje sobre las ventas. Y cuanto más vendemos, más se nos complica la situación."

Siguiendo este razonamiento, un comerciante del shopping Paseo Alcorta se desnudó ante CASH: "Las expectativas fueron defraudadas. Algunos negocios funcionan como meros recaudadores: después de pagar los alquileres, los sueldos y los impuestos, o perdemos plata o salimos a mano. No por nada ya hay muchos que deben varios meses de alquiler. Seguramente dentro de poco se notará una gran rotación de negocios".

Cuando se crearon los primeros shoppings en 1986, la idea primigenia era que con un menor costo operativo los locatarios accedieran a una gran concentración comercial. "La concentración se logró —afirma Jorge Ginevra directivo de Aranalfe S.A., inmobiliaria que promovió y se especializó en el negocio de los shoppings—, pero los costos operativos se elevaron. Las expensas son carísimas, la comisión para el shopping es de 7 por ciento para gastronomía y 10 por ciento para indumentaria; después hay que pagar los refuerzos publicitarios. Así que el 80 por ciento de las ganancias se las lleva el shopping. Por eso los próximos que surjan tendrán otra forma contractual y deberán adaptarse a la realidad. Hoy el negocio está desfigurado."

Más prudente, Víctor Naymark, presidente de la Cámara del Confort y del Comercio en Artefactos para el Hogar opinó que "en algunos casos es dificultosa la permanencia en los shoppings. Hay gente que ya se dio por vencida. Igualmente hay una rotación permanente: unos se van y otros vienen".

La otra cara de la moneda

Tiene tres años de antigüedad y aparece como el más exitoso. Según Alicia Moszkowski, gerente de marketing de Alto Palermo, hay más de 200 firmas que están a la espera de un local o de una góndola. "La mayoría quiere renovar sus contratos y están contentosl con su performance de ventas. Aunque para la opinión pública la economía este año pintaba recesiva, nuestra realidad es que en el primer cuatrimestre del '93 se facturó más que en el mismo período del año pasado", aseguró.

Para participar de este shopping el comerciante tiene que pagar en concepto de alquiler un promedio de casi el 7 por ciento de la facturación bruta, más un 12 por ciento de ese valor que se utiliza para un fondo de promociones colectivas. Las expensas varían en función de los metros cuadrados y los metros lineales de vidriera de cada local.

"Nuestro complejo organiza un paraguas publicitario muy importante, lo que permite una gran inserción comunitaria. No por nada un millón y medio de personas visitan nuestro shopping todos los meses. Y se generan 650 mil tickets. Seguramente puede haber algunos disconformes, pero son los menos."

Consultada por CASH, una ejecutiva de Galerías Pacífico desestimó cualquier inquietud en los locatarios y explicó que "en este shopping sólo se paga un alquiler y no un porcentaje sobre las ventas".

En el Patio Bullrich, según fuentes comerciales, se insinuó un movimiento de locatarios que, en forma acordada, estarían retrasando el pago de los alquileres. "Somos conscientes de que este shopping jerarquiza la marca, pero no se vende nada", confió a este diario un comerciante preocupado.

Mientras que a algunas empresas les está resultando insostenible poder mantenerse en los shoppings, otras, como Musimundo, no dejan de estar en cada shopping que se abre en el país. Unos quedan fuera de combate y otros apuestan a ser parte de una supervidriera para poder presentarse en sociedad. La batalla continúa.

ALQUILERES EN NUMEROS

Según la propia empresa, el alquiler promedio de un local de 70 metros cuadrados en el Alto Palermo Shopping cuesta para el mes de abril unos 4800 dólares, sin calcular las expensas ni el fondo de promoción. Fuentes comerciales e inmobiliarias aseguraron que en ese shopping un local de esa medida incluyendo expensas, amortización de llave y publicidad, rondaría los 8000 dólares por mes.

Los que aspiran a un local en Paseo Alcorta tienen que pensar en un valor llave de 1000 dólares por metro cuadrado, más un valor mínimo de alquiler de 50 dólares por metro cuadrado, que es a cuenta de un porcentaje sobre las ventas. En el rubro indumentaria ese porcentaje ronda el 8. Un local de 40 metros pagará un alquiler básico de 2000, si vende U$S 25.000 mensuales. Si la venta aumenta hay que sumar a ese alquiler mínimo el porcentaje arreglado con el shopping.

Cuando se pidieron valores a las Galerías Pacífico, una de sus ejecutivas fue terminante: "No nos gusta dar los valores de los alquileres. Cada contrato es una negociación entre dos partes, algo privado en el que juegan muchas variantes". Además, agregaron, "por favor no nos comparen con otros shoppings porque nosotros cobramos un alquiler fijo y no vamos a porcentajes de las ventas. Otro punto a nuestro favor es que nuestras expensas nunca superan el 40 por ciento del valor del alquiler".

Según pudo averiguar CASH, este shopping que cuenta con 139 locales firmó alquileres a bajo precio porque atrasó su inauguración como derivación del conflicto político que hubo (Solanas versus Falak).

Cada shopping tiene su política y no se atan a una tarifa general. En las negociaciones priman las grandes marcas, la novedad del producto y el volumen de la facturación. En esta pulseada shopping-locatario todo vale. En algún caso, hasta se cerró una operación con canje...

POLITICA FISCAL

"MAS EQUIDAD Y MAS EFICIENCIA"

El secretario de Programación Económica, Juan José Llach, afirma que la política fiscal del Gobierno es progresista porque elevó el gasto público, redujo a casi cero el impuesto inflacionario, disminuyó la evasión, y porque aumentó la recaudación de tributos directos.

(Por Juan J. Llach) La política fiscal puesta en práctica desde la Ley de Convertibilidad ha permitido hasta ahora aumentar simultáneamente la eficiencia productiva y la equidad distributiva. Así seguirá en el futuro, porque la marcha hacia una sociedad más justa sólo es perdurable si se sustenta en el aumento de la productividad.

Más equidad

Veamos lo que ha ocurrido recientemente, comenzando por el gasto público. Entre 1984 y 1988 se destinó al gasto público social el 16,2 por ciento del PBI o el 52,2 por ciento del total del gasto público. En 1993 esas proporciones ascenderán al 17,8 por ciento y al 64,3 por ciento, respectivamente, y se proyectan al 18,52 por ciento del PBI y al 71,6 por ciento del gasto total para 1995. Este aumento se origina en buena medida en el gasto en jubilaciones y pensiones pero se verifica también en otras finalidades del gasto social. Con la ejecución de políticas tales como la afectación del 14 por ciento de la recaudación del impuesto a las ganancias para finalidades sociales y el cumplimiento de la Ley Federal de Educación, entre 1993 y 1995 se alcanzarán máximos históricos en todos los componentes del gasto público social, excepto vivienda.

El gasto social no es el único progresivo. Pero con seguridad lo es mucho más que otros dos rubros cuya participación en el PBI se ha reducido a menos de un tercio en los últimos tres años: a saber, el pago de intereses de la deuda pública y la fenomenal corrupción y dilapidación de recursos sociales que se ocultaban tras el rubro "infraestructura económica y subsidios a la actividad privada".

En cuanto a la evolución futura del gasto público total parece lógico mantener su proporción sobre el PBI, ya que esto implica un crecimiento anual per cápita del 5 por ciento o 5000 millones de pesos por año, con impacto muy significativo en los grupos de menores ingresos, cuya recepción de recursos fiscales podría duplicarse así en 10 años.

Del lado de los impuestos está claro que la tarea desarrollada hasta el momento en materia de simplificación, recaudación y lucha contra la evasión ha tenido un éxito sin precedentes en la Argentina y está siendo motivo de emulación internacional.

Se intenta desmerecerla, sin embargo, con el argumento de que la actual estructura impositiva es "regresiva". Esta crítica soslaya, en primer lugar, el "pequeño" detalle de la eliminación del impuesto inflacionario, por lejos el más regresivo en las sociedades modernas. Entre 1980 y 1990 la recaudación del impuesto inflacionario ascendió en promedio al 6,5 por ciento del PBI, y el quinto más pobre de la población pagó una "alícuota" sobre su ingreso tres veces mayor que la que pagó el quinto más rico. Haber reemplazado el impuesto inflacionario por el IVA es un gran paso hacia la progresividad del sistema tributario.

Más eficiencia

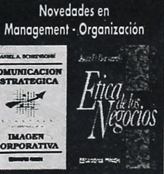
Es cierto, sin embargo, que queda un largo camino por recorrer, un camino signado por el aumento simultáneo de la eficiencia y de la equidad. La todavía alta evasión determina que las personas de altos ingresos y el sector de bienes y servicios no comercializables soporten una carga tributaria efectiva mucho menor que la establecida por la ley. Es por ello que la mejor forma de mejorar la progresividad del sistema, que se construye tanto con mayor eficiencia como con mayor equidad, es seguir luchando contra la evasión.

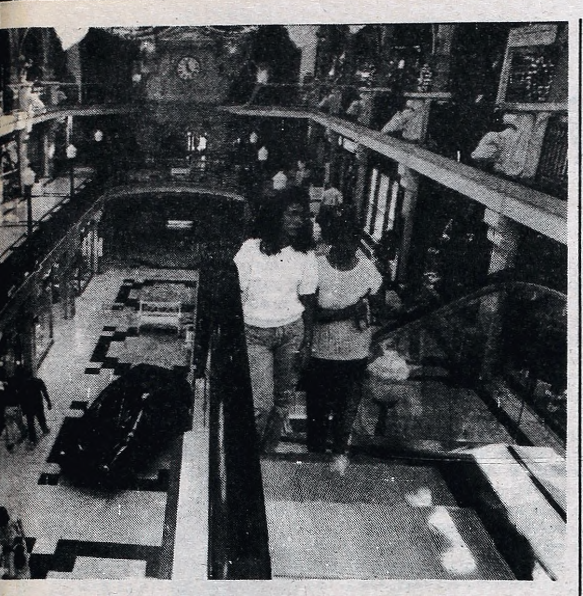
Incrementar en 2 por ciento del PBI la recaudación del impuesto a las ganancias, en otro 2 por ciento del PBI la recaudación del IVA y reducir al 20 por ciento la evasión en aportes previsionales —mediante la justa combinación del control y el incentivo de la capitalización— son metas alcanzables en el mediano plazo.

Estos recursos adicionales se dirigirán a: 1) reducir a la mitad los aportes patronales sobre la nómina salarial (menos costos, más demanda de empleo, mayor recaudación del impuesto a las ganancias); 2) contribuir al financiamiento del aumento del gasto público (con destino fundamentalmente social); 3) contribuir al financiamiento de la reforma del sistema de seguridad social (mayor ahorro destinado al financiamiento de la inversión); y 4) eliminar todos los impuestos o cargas tributarias excesivas existentes en las provincias y los municipios (de nuevo, menos costos, etcétera).

Más eficiencia y más equidad

El resultado neto de esta "segunda revolución tributaria" no será otro que consolidar una política fiscal cada vez más progresiva, pero no basada en ilusiones sino sostenible en el tiempo. Por una inédita disminución de los impuestos al trabajo, por el alto nivel de "impuestos directos", por la eliminación del impuesto inflacionario, por el fuerte incentivo al ahorro, por un gasto público orientado a lo social en más del 70 por ciento y por haber permitido al sector productor de bienes comercializables bajar estructuralmente en el orden de un 15 por ciento sus costos de producción. Esto último es de gran significación: en vez de "devaluar" como en el pasado, eufemismo utilizado para encubrir la disminución de los salarios, se trata de reasignar recursos en una dirección en la que convergen la eficiencia y la equidad.





LA EN SHOPPING

Los locatarios de los shoppings se quejan de los elevados valores de alquileres y comisiones. Los dueños responden que la protesta no es generalizada. Lo que se observa es una enorme rotación en los locales.

ba recesiva, nuestra realidad es que en el primer cuatrimestre del '93 se facturó más que en el mismo período del año pasado'', aseguró.

Para participar de este shopping el comerciante tiene que pagar en concepto de alquiler un promedio de casi el 7 por ciento de la facturación bruta, más un 12 por ciento de ese valor que se utiliza para un fondo de promociones colectivas. Las expensas varían en función de los metros cuadrados y los metros lineales de vidriera de cada local.

''Nuestro complejo organiza un paraguas publicitario muy importante, lo que permite una gran inserción comunitaria. No por nada un millón y medio de personas visitan nuestro shopping todos los meses. Y se generan 650 mil tickets. Seguramente puede haber algunos disconformes, pero son los menos.''

Consultada por CASH, una ejecutiva de Galerías Pacífico desestimó cualquier inquietud en los locatarios y explicó que ''en este shopping sólo se paga un alquiler y no un porcentaje sobre las ventas''.

En el Patio Bullrich, según fuentes comerciales, se insinuó un movimiento de locatarios que, en forma acordada, estarían retrasando el pago de los alquileres. ''Somos conscientes de que este shopping jerarquiza la marca, pero no se vende nada'', confió a este diario un comerciante preocupado.

Mientras que a algunas empresas les está resultando insostenible poder mantenerse en los shoppings, otras, como Musimundo, no dejan de estar en cada shopping que se abre en el país. Unos quedan fuera de combate y otros apuestan a ser parte de una supervidriera para poder presentarse en sociedad. La batalla continúa.

ALQUILERES EN NUMEROS

Según la propia empresa, el alquiler promedio de un local de 70 metros cuadrados en el Alto Palermo Shopping cuesta para el mes de abril unos 4800 dólares, sin calcular las expensas ni el fondo de promoción. Fuentes comerciales e inmobiliarias aseguraron que en ese shopping un local de esa medida incluyendo expensas, amortización de llave y publicidad, rondaría los 8000 dólares por mes.

Los que aspiran a un local en Paseo Alcorta tienen que pensar en un valor llave de 1000 dólares por metro cuadrado, más un valor mínimo de alquiler de 50 dólares por metro cuadrado, que es a cuenta de un porcentaje sobre las ventas. En el rubro indumentaria ese porcentaje ronda el 8. Un local de 40 metros pagará un alquiler básico de 2000, si vende U$S 25.000 mensuales. Si la venta aumenta hay que sumar a ese alquiler mínimo el porcentaje arreglado con el shopping.

Cuando se pidieron valores a las Galerías Pacífico, una de sus ejecutivas fue terminante: ''No nos gusta dar los valores de los alquileres. Cada contrato es una negociación entre dos partes, algo privado en el que juegan muchas variantes''. Además, agregaron, ''por favor no nos comparen con otros shoppings porque nosotros cobramos un alquiler fijo y no vamos a porcentajes de las ventas. Otro punto a nuestro favor es que nuestras expensas nunca superan el 40 por ciento del valor del alquiler''.

Según pudo averiguar CASH, este shopping que cuenta con 139 locales firmó alquileres a bajo precio porque atrasó su inauguración como derivación del conflicto político que hubo (Solanas versus Falak).

Cada shopping tiene su política y no se atan a una tarifa general. En las negociaciones priman las grandes marcas, la novedad del producto y el volumen de la facturación. En esta pulseada shopping-locatario todo vale. En algún caso, hasta se cerró una operación con canje...

POLITICA FISCAL

"MAS EQUIDAD Y MAS EFICIENCIA"

El secretario de Programación Económica, Juan José Llach, afirma que la política fiscal del Gobierno es progresista porque elevó el gasto público, redujo a casi cero el impuesto inflacionario, disminuyó la evasión, y porque aumentó la recaudación de tributos directos.

(Por Juan J. Llach) La política fiscal puesta en práctica desde la Ley de Convertibilidad ha permitido hasta ahora aumentar simultáneamente la eficiencia productiva y la equidad distributiva. Así seguirá en el futuro, porque la marcha hacia una sociedad más justa sólo es perdurable si se sustenta en el aumento de la productividad.

Más equidad

Veamos lo que ha ocurrido recientemente, comenzando por el gasto público. Entre 1984 y 1988 se destinó al gasto público social el 16,2 por ciento del PBI o el 52,2 por ciento del total del gasto público. En 1993 esas proporciones ascenderán al 17,8 por ciento y al 64,3 por ciento, respectivamente, y se proyectan al 18,52 por ciento del PBI y al 71,6 por ciento del gasto total para 1995. Este aumento se origina en buena medida en el gasto en jubilaciones y pensiones pero se verifica también en otras finalidades del gasto social. Con la ejecución de políticas tales como la afectación del 14 por ciento de la recaudación del impuesto a las ganancias para finalidades sociales y el cumplimiento de la Ley Federal de Educación, entre 1993 y 1995 se alcanzarán máximos históricos en todos los componentes del gasto público social, excepto vivienda.

El gasto social no es el único progresivo. Pero con seguridad lo es mucho más que otros dos rubros cuya participación en el PBI se ha reducido a menos de un tercio en los últimos tres años: a saber, el pago de intereses de la deuda pública y la fenomenal corrupción y dilapidación de recursos sociales que se ocultaban tras el rubro ''infraestructura económica y subsidios a la actividad privada''.

En cuanto a la evolución futura del gasto público total parece lógico mantener su proporción sobre el PBI, ya que esto implica un crecimiento anual per cápita del 5 por ciento o 5000 millones de pesos por año, con impacto muy significativo en los grupos de menores ingresos, cuya recepción de recursos fiscales podría duplicarse así en 10 años.

Del lado de los impuestos está claro que la tarea desarrollada hasta el momento en materia de simplificación, recaudación y lucha contra la evasión ha tenido un éxito sin precedentes en la Argentina y está siendo motivo de emulación internacional.

Se intenta desmerecerla, sin embargo, con el argumento de que la actual estructura impositiva es ''regresiva''. Esta crítica soslaya, en primer lugar, el ''pequeño'' detalle de la eliminación del impuesto inflacionario, por lejos el más regresivo en las sociedades modernas. Entre 1980 y 1990 la recaudación del impuesto inflacionario ascendió en promedio al 6,5 por ciento del PBI, y el quinto más pobre de la población pagó una ''alícuota'' sobre su ingreso tres veces mayor que la que pagó el quinto más rico. Haber reemplazado el impuesto inflacionario por el IVA es un gran paso hacia la progresividad del sistema tributario.

Más eficiencia

Es cierto, sin embargo, que queda un largo camino por recorrer, un camino signado por el aumento simultáneo de la eficiencia y de la equidad. La todavía alta evasión determina que las personas de altos ingresos y el sector de bienes y servicios no comercializables soporten una carga tributaria efectiva mucho menor que la establecida por la ley. Es por ello que la mejor forma de mejorar la progresividad del sistema, que se construye tanto con mayor eficiencia como con mayor equidad, es seguir luchando contra la evasión.

Incrementar en 2 por ciento del PBI la recaudación del impuesto a las ganancias, en otro 2 por ciento del PBI la recaudación del IVA y reducir al 20 por ciento la evasión en aportes previsionales —mediante la justa combinación del control y el incentivo de la capitalización— son metas alcanzables en el mediano plazo.

Estos recursos adicionales se dirigirán a: 1) reducir a la mitad los aportes patronales sobre la nómina salarial (menos costos, más demanda de empleo, mayor recaudación del impuesto a las ganancias); 2) contribuir al financiamiento del aumento del gasto público (con destino fundamentalmente social); 3) contribuir al financiamiento de la reforma del sistema de seguridad social (mayor ahorro destinado al financiamiento de la inversión); y 4) eliminar todos los impuestos o cargas tributarias excesivas existentes en las provincias y los municipios (de nuevo, menos costos, etcétera).

Más eficiencia y más equidad

El resultado neto de esta ''segunda revolución tributaria'' no será otro que consolidar una política fiscal cada vez más progresiva, pero no basada en ilusiones sino sostenible en el tiempo. Por una inédita disminución de los impuestos al trabajo, por el alto nivel de ''impuestos directos'', por la eliminación del impuesto inflacionario, por el fuerte incentivo al ahorro, por un gasto público orientado a lo social en más del 70 por ciento y por haber permitido al sector productor de bienes comercializables bajar estructuralmente en el orden de un 15 por ciento sus costos de producción. Esto último es de gran significación: en vez de ''devaluar'' como en el pasado, eufemismo utilizado para encubrir la disminución de los salarios, se trata de reasignar recursos en una dirección en la que convergen la eficiencia y la equidad.



FINANZAS

El Buen Inversor

BUSCANDO UN DIEZ

El mercado está ansioso por conocer cuál será el lugar que ocupará la Argentina en la recalificación de riesgo que hará una de las agencias que se dedica a esa tarea. Los bancos organizadores de la venta de las acciones de YPF están presionando a las calificadoras para que su dictamen sea conocido por los inversores antes de la subasta.

(Por Alfredo Zaiat) Ante la fuerte caída de los negocios, los corredores bursátiles depositan su suerte en algún acontecimiento externo al mercado que les permita seguir jugando en la City. Hace poco fue la inminente sanción de la ley de reforma previsional. Pero su efecto en la plaza fue efímero. Ahora el maná salvador sería el inminente ascenso de categoría de la Argentina en la tabla de solvencia que elaboran las calificadoras de riesgo internacionales. Al igual que en otras oportunidades, los operadores volverán a desilusionarse: en la actualidad no existen factores financieros que tengan la fuerza suficiente para modificar la tendencia negativa que predomina en el negocio accionario.

La calificación crediticia de la Argentina en este momento es muy pobre —la agencia Moody's es la única que por ahora se ocupó de asignar una nota al país—, pero con la firma del Plan Brady es muy probable que pueda mejorar un par de lugares en el ranking. Además de que es innegable que el país ha conseguido reconocimiento por parte de los financistas del exterior al reordenar su deuda externa, la recalificación no sólo se conseguirá por los avances en la refinanciación de los pasivos con los bancos acreedores y por los buenos indicadores macroeconómicos que puede mostrar la convertibilidad.

La próxima venta de las acciones de YPF también ayudará para que la Argentina se ubique en el mismo nivel que México en el ranking de riesgo. Los organizadores de la subasta petrolera, los bancos de inversión First Boston y Merrill Lynch, han estado presionando a Moody's y también a Standar & Poors —las dos son las principales agencias de riesgo del mundo— para que estudien el caso de la Argentina para su recalificación. Respecto de la segunda compañía, la aspiración de los financistas es que incluya al país en su tabla de riesgo, en la cual no figura.

Esta sugerencia de los encargados de vender los papeles de YPF no es desinteresada. Los banqueros saben que si la Argentina mejora su calificación de riesgo-país, muchos inversores del exterior que hasta ahora no se ocupaban de estudiar bonos o acciones locales empezarán a tomar en cuenta esos papeles. Y si el dictamen favorable se conoce antes de la subasta, la dupla First Boston-Merrill Lynch se asegurará el éxito de la colocación de las acciones de la petrolera estatal y, por lo tanto, podrá embolsar una jugosa comisión.

Al margen del impacto que pueda tener en el remate de los papeles de la petrolera estatal, el ascenso de categoría en el ranking de país solvente se reflejará en la plaza de títulos públicos. En las últimas semanas esto se verificó con la suba de las paridades, pero los especialistas consideran que las cotizaciones de los bonos describirán un nuevo salto cuando se difunda oficialmente el nuevo lugar que ocupará la Argentina en la consideración de las agencias calificadoras de riesgo internacional. Esta noticia, en cambio, no dinamizará el mercado accionario, pues éste tiene dinámica propia, por lo tanto los corredores aún deberán esperar para que sus ilusiones de negocios prósperos se hagan realidad.



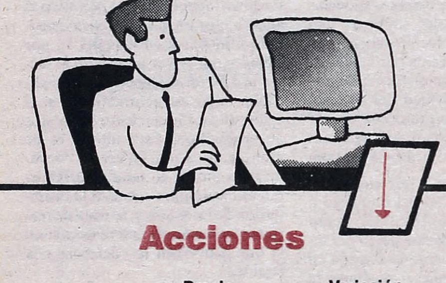
La cantidad de $ que existen
(en millones)

	en $	en u$s
Circ. monet. al 20/5	8826	
Base monet. al 20/5	12.223	
Depósitos al 17/5		
Cuenta corriente	2074	
Caja de ahorro	2218	
Plazos fijos	5011	

Nota: La circulación monetaria es la cantidad de dinero que está en poder del público y en los bancos. La base monetaria son los pesos del público y de los bancos más los depósitos de las entidades financieras en cuenta corriente en el Banco Central. Los montos de los depósitos corresponden a una muestra realizada por el BCRA.

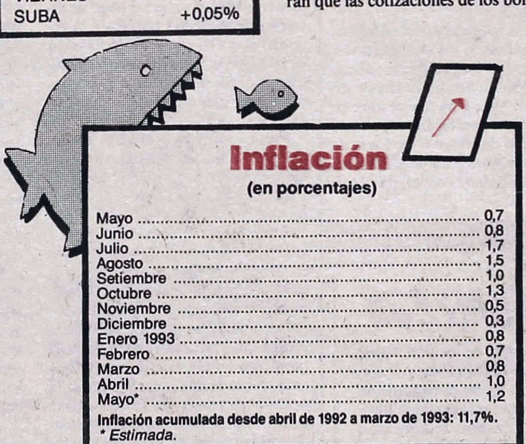
Dólar
(Cotización en casas de cambio)

Viernes anterior	**0,9995**
LUNES	0,9995
MARTES	0,9995
MIERCOLES	1,0000
JUEVES	1,0000
VIERNES	1,0000
SUBA	+0,05%



Acciones

	Precio (en pesos)		Variación (en porcentaje)		
	Viernes 14/5	Viernes 21/5	Semanal	Mensual	Anual
Acindar	1,10	1,09	-0,9	-17,7	-27,6
Alpargatas	0,725	0,675	-6,9	-20,1	-6,3
Astra	2,03	2,07	2,0	-3,0	-23,2
Atanor	0,44	0,41	-6,8	-30,5	-58,2
Bagley	4,00	4,20	5,0	-2,8	-14,7
Celulosa	0,245	0,24	-2,0	-4,0	-46,7
Comercial del Plata	3,53	3,63	2,8	-1,9	-33,4
Siderca	0,535	0,505	-5,6	-24,1	-24,1
Banco Francés	9,85	10,20	3,6	1,5	15,9
Banco Galicia	5,43	5,62	3,5	-2,3	14,7
Garovaglio	1,40	1,35	-3,6	-27,0	-41,3
Indupa	0,365	0,335	-8,2	-15,2	-30,2
Ipako	1,292	1,15	-11,0	-31,6	-43,6
Ledesma	0,88	0,855	-2,8	-8,6	48,7
Molinos	6,20	6,20	0,0	-1,6	-18.4
Pérez Companc	4,08	4,02	-1,5	-9,3	-24,3
Nobleza Piccardo	4,70	4,30	-8,5	-16,5	-10,4
CINA (ex Renault)	26,00	24,20	-1,7	-7,7	-12,4
Telefónica	3,45	3,44	-0,3	-3,6	10,9
Telecom	2,97	2,83	-4,7	-7,8	-2,9
Promedio bursátil	—	—	**-1,6**	**-6,4**	**-7,2**



Inflación
(en porcentajes)

Mayo	0,7
Junio	0,8
Julio	1,7
Agosto	1,5
Setiembre	1,0
Octubre	1,3
Noviembre	0,5
Diciembre	0,3
Enero 1993	0,8
Febrero	0,7
Marzo	0,8
Abril	1,0
Mayo*	1,2

Inflación acumulada desde abril de 1992 a marzo de 1993: 11,7%.
** Estimada.*



Tasas

	Lunes	Viernes
Plazo fijo a 30 días	0,9	0,9
Caja de ahorro	0,4	0,4
Call money	0,2	0,1

Nota: La tasa de interés es efectiva mensual. Todos los valores son promedios de mercado y para los plazos fijos se toma la que reciben los pequeños y medianos ahorristas.



—*¿Cuáles son las perspectivas del mercado financiero para los próximos dos meses?*

—No creo que haya grandes cambios. Es poco probable que la tasa de interés registre grandes saltos, y mucho menos que haya una alteración del tipo de cambio.

—*¿Cree que ese escenario se mantendrá en el resto del año?*

—En este caso es más difícil hacer un pronóstico. Este es un año electoral. Es posible que ciertos inversores temerosos del resultado de las elecciones prefieran dolarizar sus activos. Entonces, durante setiembre es muy probable que se observe a muchos inversores comprando dólares, lo que ha de obligar al Banco Central a desprenderse de divisas. La venta de dólares absorberá pesos del mercado, lo que empinará la tasa de interés. No creo, de todos modos, que la tasa se ubique en niveles disparatados.

—*¿Y qué va a pasar en la Bolsa?*

—No veo al mercado bursátil con fuerza. Están ausentes tanto los inversores del exterior como los locales. Por lo menos hasta las elecciones las cotizaciones, con altibajos, no sufrirán grandes cambios. Eso sí, creo que más que nunca primará la selectividad. Quienes compren acciones en estos momentos se inclinarán por empresas que muestren utilidades y una política de distribución de dividendos en efectivo.

—*¿Qué acciones son las más atractivas?*

—Las petroleras (Astra y Pérez Companc), las telefónicas y las del sector de alimentos (Molinos).

—*¿Se anima a pronosticar el MerVal —índice de las principales acciones— de fin de año (el viernes cerró a 358,8 puntos)?*

—No. La Bolsa está en un piso. Hace rato que pienso que ya lo ha alcanzado, pero las acciones siguen bajando. Pese a esto, creo que es un buen momento para posicionarse en empresas buenas.

—*Los títulos públicos subieron mucho en los últimos meses, ¿usted igual recomendaría comprar bonos?*

—Sí, creo que tienen posibilidad de subir un poco más cuando se conozca la recalificación de la Argentina que realizará una de las agencias de riesgo. Los papeles argentinos pueden ubicarse con un retorno similar a los bonos mexicanos o chilenos, que devengan una tasa del 6,5 por ciento anual.

—*¿Qué aconsejaría a los jubilados tenedores de BOCON?*

—Que no los vendan y que esperen a cobrar el dinero prometido por el Gobierno, fondos que provendrán de la venta de YPF.

—*¿Cómo armaría una canasta de inversión?*

—Para un inversor con un capital mínimo de un millón de pesos, colocaría un 10 por ciento en BIC V; un 15 en BOTE I; un 10 en plazo fijo en pesos; un 20 en Bónex '89; un 5 en acciones; un 20 en Obligaciones Negociables; y otro tanto en bonos Brady.

—*¿Y para un pequeño ahorrista?*

—Le conviene quedarse en plazo fijo en pesos.



Bónex

Serie	Precio (en pesos) Viernes 14/5	Viernes 21/5	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	97,50	96,30	0,7	0,2	5,5
1987	91,40	90,90	-0,6	1,0	10,2
1989	86,40	86,90	0,6	2,2	14,8

Nota: Los precios son por las láminas al 100 por ciento de su valor sin descontar las amortizaciones y rentas devengadas.

Bónex en dólares

Serie	Precio Viernes 14/5	Viernes 21/5	Variación (en porcentaje) Semanal	Mensual	Anual
1984	97,50	96,20	0,6	0,9	4,6
1987	91,40	91,00	-0,4	1,1	10,1
1989	86,35	86,90	0,6	2,1	14,5

Nota: Son los precios que hay que pagar por las láminas de 100 dólares.

MUNDO

POR DANIEL SOSA

Alemania decrecerá un 2%

ABAJO DEL MURO

Después de un decenio de crecimiento, los problemas de la unificación y las rigideces estructurales se están haciendo sentir con dureza, particularmente en la zona occidental.

Fue una década feliz, de continuo crecimiento. Y el avasallante optimismo hizo ver la caída del muro de Berlín como un signo más de la fortaleza económica que parecía no terminar nunca. Pero los últimos meses confirmaron el fin de la expansión: ahora la única esperanza es que no se concreten las previsiones más negras, que hablan de una contracción de 2 puntos este año. El director ejecutivo del Deutsche Bank, Hilmar Kopper, advirtió que Alemania deberá festejar si consigue detener la caída en 1994.



Helmut Kohl: pasaron los tiempos felices.

Ya olvidados los tiempos de la euforia, los líderes políticos y empresarios comenzaron a preocuparse seriamente por la erosión constante de las ventajas competitivas del país. En ese sentido enumeran: la producción y las inversiones en descenso, los mayores costos laborales del mundo desarrollado, y un gasto inmenso para cubrir la reunificación del país. Esta última significó inicialmente un importante elemento para sortear la recesión mundial pero sus efectos benéficos ya se agotaron.

Bajón occidental

El producto bruto interno de Alemania Occidental tuvo una expansión de 1,5 por ciento el año pasado, menos de la mitad de la tasa de 3,7 de 1991. Mientras, el PNB (que incluye el PBI y el saldo de las inversiones líquidas en el exterior) creció 0,8 contra 3,2 un año antes. Esa débil performance contrastó con el dinamismo oriental: las cifras de PBI y PNB fueron respectivamente de 6,1 y 6,4 por ciento en 1992. De ese modo el promedio para todo el país se ubicó en 1,3 puntos.

La enorme disparidad entre una y otra zona muestra el potencial de crecimiento de la ex República Democrática Alemana. El año pasado el valor total de la producción germana pasó de 1,9 billones de dólares, pero apenas 200 mil millones fueron aportados por los territorios ex socialistas. A la vez, la magnitud de la ayuda volcada hacia este último sector determinó que la crisis se haya amortiguado considerablemente.

El desempleo, por ejemplo, subió según las más recientes estadísticas en 232 mil personas en el lado occidental (con lo que totalizó 2,25 millones) y en 93 mil en la zona oriental (1,19 millón). Así, la tasa en el primer caso pasó de 6,1 a 7,4 por ciento y en el segundo ascendió a 14,7 puntos (sin contar cerca de 1,8 millones de trabajadores incluidos en programas de creación de empleos y de reciclaje profesional).

El mayor problema de la ex RDA sigue siendo la productividad. Los salarios del sector de mecánica pesada, por ejemplo, ya alcanzan a dos tercios de los niveles de la ex Alemania Occidental y serán iguales en 1994. Pero los trabajadores orientales —la mayor parte de los cuales todavía trabaja en fábricas obsoletas— producen mucho menos.

Las trabas estructurales parecen ser las más difíciles de resolver y en materia laboral también alcanzan a los occidentales. Manfred Scholz, principal ejecutivo financiero de la Haindl Papier (una de las mayores papeleras europeas y la segunda mayor empleadora en Augsburg) resumió: "Tenemos la semana de trabajo más corta y las vacaciones más largas. Tenemos las jubilaciones más tempranas, lo que significa carreras más cortas. Tenemos los estudiantes más viejos y también el mayor número de feriados". Según el manager, debido a todos esos factores su empresa se ve obligada a hacer funcionar sus máquinas once días menos cada año que sus competidores.

El pacto y el pozo

El Pacto de Solidaridad firmado por el gobierno central, los 16 lander y la oposición socialdemócrata, así como los empleadores y sindicatos, debería contribuir a modificar esos problemas a mediano plazo. Pero en lo inmediato las previsiones no son alentadoras y el gobierno instruyó al ministro de Economía, Guenter Rexrodt, a presentar en setiembre un informe sobre la manera de mejorar el atractivo de Alemania como un lugar de inversión, reduciendo la estructura de altos costos y aumentando la movilidad de la mano de obra.

Por lo pronto, las suaves declinaciones en la tasa de interés dispuestas por el Bundesbank muestran que el mantenimiento de la estabilidad de precios sigue siendo el objetivo permanente. El promedio del trimestre febrero-abril proyectado para todo el año arroja un índice de 3,5 por ciento, pero en los últimos doce meses la inflación fue de 4,3 puntos, el doble de la meta oficial.

La dificultad para salir del pozo hizo concluir a seis institutos de investigación que Alemania —como Estados Unidos desde mediados de los 80 y Japón más recientemente— debe pasar por una dolorosa reestructuración para elevar su desempeño económico a los actuales patrones globales.

PERIPLO

SUPERYEN. El superávit de la cuenta corriente de Japón aumentó un 38 por ciento en marzo con relación a igual mes del año pasado, al registrar un record de 19.090 millones de dólares, según se informó esta semana en Tokio. La drástica suba reflejó en gran parte la reciente evaluación del yen en relación con el dólar, que elevó el valor de las exportaciones niponas en términos de la moneda estadounidense. El vigor del yen es una garantía de que el saldo favorable en la balanza comercial continuará aumentando fuertemente en los próximos meses, lo que condicionará las tratativas previstas para principios de julio con EE.UU., precisamente para discutir medidas de apertura del mercado japonés a las importaciones.

BANCARROTA. El nuevo gobierno conservador de Francia confirmó un gran déficit en las finanzas públicas del país durante la presentación del presupuesto, que contempla elevar impuestos y un severo recorte de gastos. Una auditoría realizada por Jean Raynaud, un alto funcionario del Tribunal de Cuentas, calculó el desequilibrio global acumulado más el costo del sistema previsional en 87.600 millones de dólares hasta fin de año. El informe estimó además que la economía decrecerá hasta uno por ciento este año.

ENFOQUE

(Por Ernesto Aldo Isuani*)

Hasta fines del siglo pasado, la política social en las sociedades capitalistas consistía en acciones llevadas a cabo por instituciones de beneficencia o caridad destinadas a atender pobres incapaces de trabajar tales como huérfanos, viudas, ancianos e inválidos. Los otros pobres, la gran mayoría, debían ganar su sustento en el mercado de trabajo. Como resultado de la presión ejercida por la creciente organización social y política de los trabajadores, el desarrollo del seguro social implicó en el siglo XX un cambio importante: los asalariados serían ahora el objeto central de la política social del Estado.

Sin embargo, en la Argentina y en el resto de América latina, la nueva política social no logró extenderse al conjunto de los trabajadores. Por ejemplo, un tercio de los argentinos mayores de 14 años no completaron los estudios primarios aun cuando una ley centenaria establece su obligatoriedad y otro tercio de los habitantes mayores de 70 años no accedieron a una jubilación. Ahora bien, esta exclusión se torna especialmente grave en momentos, como el actual, signados por la existencia de un alto desempleo y subempleo, caída de los ingresos de los trabajadores y agudización de la desigualdad en la distribución del ingreso.

Para enfrentar esta situación, la focalización del gasto social es una de las propuestas contenidas en los paquetes de ajuste y plantea la necesidad de que los trabajadores de mayores ingresos adquieran en el mercado los servicios sociales que hoy les provee el gasto público, posibilitando que éste se vuelva hacia los pobres y genere mayores niveles de equidad.

La lógica del argumento puede resultar atractiva cuando se constata que junto a la exclusión de los más pobres, el gasto social financia prestaciones para sectores sociales relativamente acomodados como los enrolados en los regímenes jubilatorios de privilegio. No obstante, la propuesta que en esencia remite a las prácticas de la beneficencia presenta varias dificultades.

1) Al plantear una redistribución dentro de los sectores trabajadores, la focalización ignora el tema de una redistribución más global. Si bien es cierto que sectores relativamente acomodados de la sociedad se apropian de porciones del gasto público social, la mayor parte de este gasto se destina a sectores sociales que sin él, verían disminuir drásticamente sus calidad de vida. En otras palabras, la focalización no discute las fuentes y posibilidades de financiamiento; simplemente asume que no hay más dinero para el gasto social. El aumento de la regresividad en la distribución del ingreso argentino y la existencia de aún inexploradas fuentes de recursos fiscales relacionadas con los sectores más ricos no avalan ese supuesto.

2) Definir a los pobres como el objeto de la política social introduce una práctica estigmatizante: decidir quién es pobre y extenderle el certificado que acredite dicha condición para acceder a los servicios. Además, estos deberán ser de calidad suficientemente baja como para no tentar a otros sectores sociales a utilizarlos; en definitiva, servicios pobres para pobres.

3) La propuesta focalizadora es, al menos, social y políticamente ingenua. Es difícil redireccionar hacia los pobres el gasto del cual son beneficiarios trabajadores de mayores ingresos. Por un lado, los pobres carecen de la organización necesaria para presionar exitosamente en la lucha distributiva y, por el otro, un importante sector de los trabajadores más organizados se ha empobrecido a tal punto, que se aferra con fuerza a los servicios sociales públicos. Por ejemplo, en nuestro país algunos sectores de asalariados no tienen ya acceso a la atención médica de las obras sociales. En consecuencia recurren a las instituciones públicas de salud, las que ven colmadas su capacidad de atención y terminan excluyendo a sectores de escasos recursos que solamente contaban con el hospital público.

4) Debido a esta relativa debilidad organizacional, los más pobres necesitan que otros sectores expresen y promuevan sus intereses. En realidad no han contado con muchos aliados para esta tarea y quienes han conducido las estrategias de ajuste no han manifestado la disposición a modificar relaciones de fuerza en su favor. Esto se ha traducido, por ejemplo, en una caída de los recursos asignados a las áreas de política social más accesibles a los pobres: asistencia social, salud pública y educación básica pública.

En conclusión, la focalización no es sólo inconveniente sino, además, poco viable. Puede ser utilizada en aspectos restringidos como el de la ayuda alimentaria, pero es desaconsejable en la mayoría de los campos de la política social. En su lugar, es necesario insistir en la estrategia de universalización y mejora de la calidad de servicios públicos como salud y educación. El financiamiento de esta estrategia deberá provenir tanto de los recursos que liberará un uso más eficiente del gasto social y la eliminación de privilegios como de recursos fiscales adicionales a ser aportados por los más ricos.

Creemos preferible insistir en este camino antes que retornar a la política social del siglo XIX: beneficencia para algunos pocos pobres entre muchos otros.

** Investigador del CIEPP.*

EL BAUL DE MANUEL

Por M. Fernández López

Carta al ministro

Highgate, Londres, 23 de mayo de 1993

Camarada y tocayo Rodríguez:

Sigo con gran interés vuestros intentos por regresar a los trabajadores a las condiciones laborales del tiempo que me tocó vivir, y aunque ya no actúo en ningún sentido práctico, me agrada ver cómo mis teorías cada vez más me permiten entender vuestra política. Yo expuse que la proporción de las ganancias sobre los salarios se funda en el no pago al trabajador de parte del valor creado en la jornada laboral. Y que ello sustenta la ganancia empresaria. Como dije en mi obra, la tasa de ganancia es directamente proporcional a la participación de las ganancias (en relación con los salarios) en el PBI, e inversamente proporcional a la densidad del stock de capital respecto del stock de trabajo. Luego, si las empresas toman más del PBI que los trabajadores, la tasa de ganancia sube; y si se invierte, acumula capital, tecnifica la economía, la tasa de ganancia cae. Eso en general porque vuestros empresarios son renuentes a reinvertir ganancias y aumentar competitividad y eficiencia. Prefieren gastarlas en consumos de ostentación. Nacidos en mercados cautivos, aman el monopolio, como aquellos que describía vuestro Belgrano: "Nada saben más que su comercio monopolista, a saber, comprar por cuatro para vender por ocho con toda seguridad".

Buscan mejorar la tasa de ganancia explotando más salvajemente al trabajador, queriendo para sí una proporción mayor del PBI. Y para lograrlo, a mi ver, hay tres posibilidades: aumentar la productividad en los sectores que producen bienes para asalariados (produciéndolos con menos insumos), reduciendo el consumo diario de los trabajadores, o alargando la jornada de trabajo. Me maravilla cómo usáis los tres caminos.

Podréis aumentar la productividad en las industrias de bienes para asalariados haciendo que lo mismo se produzca con menos gente, es decir, despidiendo trabajadores. Podréis reducir el consumo diario en las familias de asalariados, promoviendo el pago de salarios insuficientes. Podréis alargar la jornada laboral, autorizando despidos sin indemnización al cumplirse seis meses de trabajo. Pero no podréis llamar a eso *justicia social*. Si para alguno es "justicia", será justicia *privada*, privilegio, como en la era feudal. Si llamáis las cosas por su nombre, y antes decíais "en la Argentina de Evita y de Perón los únicos privilegiados son los niños", diréis ahora: "En la Argentina de Cavallo y Menem los únicos privilegiados son los empresarios".

Suyo,

Karl H. Marx

Por algo será

¿Por qué la gente no quiere a los economistas? Hay razones verdaderas, a veces, y aparentes otras. La gente los ve en la función pública, donde a menudo no son sino impostores disfrazados de economistas; pero en ningún caso su cometido deja de ser complejo, y ello les perturba. Ellos aman lo simple, como expresó el Nobel de medicina (1912) A. Carrel: "Han cedido a menudo a la tentación de construir teorías y de transformarlas después en artículos de fe". En la órbita estatal deben caminar por el filo de una navaja, equilibrando el problema económico de la escasez de recursos con el fin del Estado de atenuar la desigualdad social, asegurando salarios dignos y ocupación plena. La gente sabe que el menor traspié del economista termina siendo pagado por ella.

En la era moderna muchos grandes economistas se vincularon al quehacer estatal. Algunos indirectamente, asesorando a departamentos del Ejecutivo o a comisiones de los parlamentos, como Alfred Marshall, cuyos informes y testimonios orales son piezas de antología (forman una obra clásica: *Official Papers by Alfred Marshall*, 1926), o como Paul Samuelson, James Tobin, Robert Solow y Kenneth Arrow (los cuatro Premio Nobel) en el gobierno de Kennedy. Otros fueron funcionarios: Eugen Bohm-Bawerk, ministro de Finanzas de Austria; Silvio Gesell, ministro de Hacienda de Baviera; John M. Keynes, funcionario británico en ambas guerras mundiales; Oskar Lange, miembro del Consejo de Estado en Polonia, etcétera. Todos se enfrentaron a situaciones restrictivas, pero sus medidas de política o sus consejos profesionales no conducían a achicar sus países para moverse con holgura en las restricciones, y menos a expensas de la satisfacción de necesidades básicas, o del desempleo, o la desinversión pública, o el remate a menor postor del patrimonio público.

Pero aquí algunas cosas ocurren al revés. Mientras para el resto del mundo la política económica es el arte de crecer, aquí es el de achicar. Con lucidez, un colaborador del ministro expresó que, con suficientes millones, "cualquier estúpido hace política"*. Se refería a otro ex ministro del ramo, ahora en campaña proselitista. Vio una paja en el ojo ajeno, pero ¿vio la viga en el propio? ¿Advirtió que "cualquier estúpido" hace política económica si le permiten financiar gastos corrientes con el producido del desguace estatal, sin poner un peso para preservar los bienes del Estado, hambreando a la gente y haciendo recaer sobre ella el grueso de la recaudación tributaria, o desertar del adecuado cumplimiento de funciones esenciales, como justicia, educación y salud?

(*) *Página/12, 18/5/1993, pág. 3*



EXPORTACIONES

La principal empresa argentina y próxima a privatizarse, YPF, lideró el ranking de exportadoras en 1992 al despachar 674,1 millones de dólares, un 6,3 por ciento más que el año anterior. En la tabla de posiciones publicada en el último número de *Mercado*, surge nítidamente la profundización de la primarización de las exportaciones: de las 25 empresas líderes que concentraron el 45 por ciento de las ventas al exterior, 22 compañías son productoras de commodities. Detrás de YPF se ubicaron Cargill, con exportaciones por 636,5 millones de dólares; Nidera, con 429,3; Asociación Cooperativas Agrarias (ACA), con 350,5; y Siderca, con envíos al exterior por 302,1 millones de dólares. En general, durante el año pasado la mayoría de las industrias mermaron sus exportaciones, con la excepción del sector automotor. Sevel, con ventas de 171,1 millones de dólares, creció 68 por ciento respecto de 1991; mientras que Autolatina despachó unidades por 165,1 millones, un 60 por ciento más que el año anterior. Pero la empresa que puede vanagloriarse de ser la que más aumentó sus exportaciones durante el año pasado es la curtiembre de la familia política del presidente Menem, Yoma SA, que aumentó sus ventas al exterior en 347 por ciento, al despachar productos por 21,9 millones de dólares.

TURISMO

La Secretaría de Turismo de la Nación finalmente ha lanzado el *tax free*, el sistema de reintegro del IVA para los turistas extranjeros. Cuando el visitante acredite facturas por compras de artículos de procedencia argentina por un valor de más de 200 pesos recibirá, al dejar la Argentina, el monto correspondiente al IVA. La suma en juego no es poca. El año pasado, por ejemplo, el fisco hubiera tenido que devolver unos 550 millones de dólares si los 3 millones de turistas que visitaron el país hubieran gastado todo su dinero (alrededor de 3 mil millones de dólares) en bienes made in Argentina. Lo cierto es que el probable reintegro será mucho menor, ya que no todos los comercios se adherirán al *tax free* ni todas las compras estarán alcanzadas por ese beneficio.

SEVEL

La automotriz de la familia Macri invitó a varios bancos internacionales para analizar la posibilidad de emitir papeles de deuda por unos 100 millones de dólares. Esos fondos serían utilizados por Sevel para financiar los planes de inversión que desarrollará en los próximos dos años. Entre éstos se encuentra el lanzamiento del Duna en toda la región, y luego el proyecto de Fiat 178, un modelo que se construirá en la Argentina y en Brasil para ser comercializado en todo el mundo.

